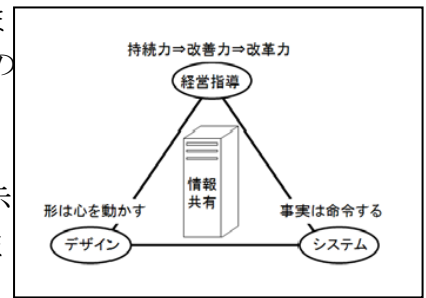


「創業21周年」にあたって

1. 「創業21周年」

当社は、お蔭様で明日(7月3日)創業21周年を迎えます。前号まで「V字回復」をテーマに書きましたが、この21年間は山あり谷ありの波乱万丈でありましたが、結果的には、「右肩下がり」の景況の中で経営コンサルティングでお客様と共に繁栄して来ました。



右掲は、昨年7月4日発信の442号で「次の10年」という課題で示した図であります。トライアングルの中心に「情報」を位置付けていますが、この事は、私の人生そのものを表していると思っています。子供の時に、少年向けのマンガで未来図として、クルマや高層建築物や情報通信が夢物語のように描かれており、憧れたのです。その憧れを先ずはトヨタ系販売店に勤務し、そこで、故福井社長のご支援でコンピュータに携わり、今、住んでいるマンションを購入できたのです。まさに、少年の頃の夢を全て手に入れたのですが、コンピュータは生涯の仕事になっているのです。

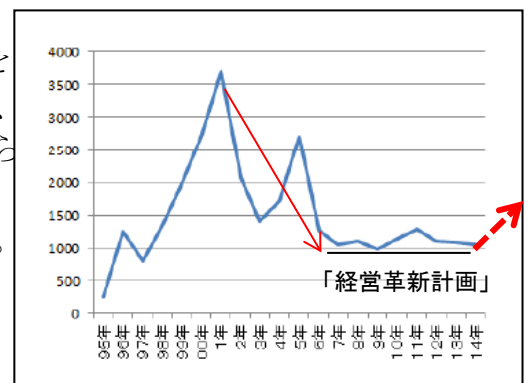
参照:<http://www.web-ami.com/siryu/442.pdf>

去年から1年が経過して、何が変わったかと考えると私自身は左程変化がないのですが、平成24年に「経営革新計画」が承認されたように、次の時代は「情報」がメインになると考えているので、「情報」の面での変化が大きいです。中小企業家同友会の仲間から「旅行代理店向けCRMソフト」の開発依頼があり、金額的には小さい物ですが、いろんな技術的な課題を克服して納入したので当社にとっては大きな進歩となったのです。

中小企業の場合、「デザイン」と「情報システム」の2つが大きな課題になっています。なぜなら、何かを企画してもデザインが進まないという事実で、この21年間やって来たのです。平成22年8月に三男の将男が入社して、お客様のシステム開発を担当して、京都のお客様で大手企業からのEDI発注のデータ処理をバーコード化を含めてシステム化しており、品番翻訳の自動化や在庫管理を含めて発注処理そして出荷までの一連の流れをボタン一つで実行できるようにして、パートの方だけで運営できるようになりコストダウンにも貢献して、さらに、何よりも現場での間違い防止が出来て大手企業の信頼を勝ち取っている事が評価されています。

2. 「V字回復」シナリオ

右掲は、当社の業績推移です。‘01年と’05年に2つの山を示していますが、文字通り高い山の後に深い谷に陥っており、経営の厳しさを身に染みて体験しています。しかし、‘06年から安定したお客様に恵まれて「底」を打った状況が続いており、低いながらも6期連続黒字を達成して安定した状態です。



‘10年に三男が入社したのを機会に、事業継承を目指して‘12年に「経営革新計画」を作成して承認を受けました。若い三男が一人前になる為にお客様のシステムを開発するという方針で商品開発をしています。実際に、VBAやVBA.NETという言語を使って、前述のように、「旅行代理店向けCRMソフト」やバーコードを活用したEDI処理システムを開発しています。

当社の「V字回復」にも「商品」が軸になります。お客様で実証されたシステムを商品化して、これを軸にコンタクト戦略をとる方針であります。当社の「商品」は売り切りではなく、要員支援の面や「デザイン」という点でWeb開発や企画物の制作なども含まれるのでお客様にも付加価値が高く、また、当社にとっても安定した収益性で人材育成できるという特長を持っています。

3. 儲かっているうちに

右掲は、昨年10月にあった大阪商工会議所の「勸業展」に出展したスナップ写真です。平成24年に「経営革新計画」が承認され、その年から出展して来ました。商品となるシステム開発のマイルストーンとして毎年10月に実施される「勸業展」を選んだ訳です。従って、今年で連続5回の出展を予定しています。「継続は力なり」の格言通り認知されており、「旅行代理店向けCRMソフト」はこの展示会を通じて受注できたものです。

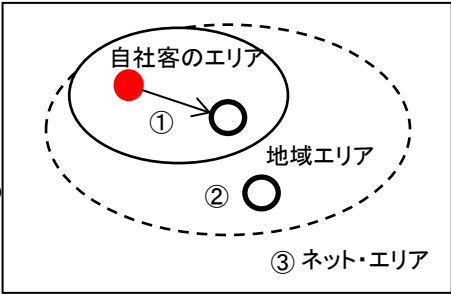


商品開発には「投資」が必要です。お客様があつて開発しているのですが、かかった費用をそのまま請求する訳には行かないのです。メーカーでいう研究開発費に当たる物なので「儲かっているうちに」という言葉通りなのです。私も三男も給与を抑えていますので「魂」がこもった物なので、この苦労は必ず花が咲き、実るものと信じています。

故船井先生の「1・2・3即時業績向上法」を前2回でご紹介していますが、「V字回復」には資金が必要なのです。当社のように物販ではない業態では「換金」する商品がないので、資金を調達するには「借入」か「自己資金」、または「儲け」の中で実施するしかないのです。昨今の状況では、黒字経営が厳しくなっている企業が多いので、「V字回復」を目指すには経営者の報酬を減らすなどの「身を切る改革」を実施して「資金」を捻出する必要があります。

4. 楽しんで「次の世代」に

当社の「V字回復」の計画を少しご紹介して来ましたが、やはり、「商品」を持つという事がキーであり、その開発を自社で行っているのです。一種のメーカーという機能を発揮しているのです。右掲は当社の考えるコンタクト戦略の概念図です。まず、お客様で成功事例をつくり、その事例で自社客の中で見込み客を探すのが①のステップです。もちろん、お客様のご紹介もお願いして横展開を図るのです。例えば、「旅行代理店向けCRMソフト」はお客様が口コミで同業他社をご紹介して頂いているのです。ここを慌てずにしっかりと進める事が大切です。



次に、②の地域エリアで潜在需要を炙り出すのです。この方法はコンタクト戦略で展示会やセミナーなどで対人接客で行うのです。大阪商工会議所の「勸業展」へ出展するのは、この目的です。今年で連続5回の出展になりますので、地域から来られるお客様の認知度が高まっているので十分に実績を示して潜在客を見つけ見込み客化する事を期待しています。もちろん、セミナーなどが実施できるように実績がつけば、「V字回復」の加速が増すと思います。

③のネット・エリアですが、遠隔地での潜在需要に関してホームページなどで対応する事になりますが、今やIT技術が進んでおり、しかも安価になっています。VPS(仮想サーバー)というサービスが身近になっているので、地方のお客様にもASP(アプリ提供)形式でサービスを提供することも可能になっています。この面での実証モデルをつくるチャレンジが必要ですが、ローコストで可能だと思っています。

こんな風な「夢」を描いています。ともかく、身近なお客様を大切にして、「お役立ち精神」でアプリを開発して、その実績を商品化するというビジネス・モデルで進めて行きたいと思っています。苦しい期間を通り抜けようとしていますので、これからが楽しみです。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> あります！】